

## 探析河南旅游文化融入地方品牌包装设计的途径

王雪艳

(安阳工学院, 安阳 455000)

**摘要:** 分析了地方品牌包装设计与旅游文化,通过对地方品牌与旅游文化关系的简单剖析,揭示了河南旅游文化与地方品牌包装设计的互为影响关系。通过对当前河南地方品牌包装设计在应用旅游文化中存在的问题进行研究,指出现今的河南地方品牌包装未能很好地发挥对旅游文化的宣传与传承作用。针对存在的问题,以河南部分具体的地方品牌为例,提出了将河南旅游文化融入地方品牌包装设计的建议。

**关键词:** 地方品牌; 包装设计; 河南; 旅游文化

中图分类号: TB482 文献标识码: A 文章编号: 1001-3563(2013)24-0111-04

### Analysis of Henan Tourism Culture Integrated into Local Brand Packaging Design

WANG Xue-yan

(Anyang Institute of Technology, Anyang 455000, China)

**Abstract:** It analyzed local brand packaging design and cultural tourism. By analyzing the relationship between the local brand and tourism culture, it revealed the mutual influence relationship between Henan tourism culture and local brand packaging design. Through the study on the problem of the current local brand packaging design in the application of tourism culture, it pointed out that the current local brand packaging and failed to play the role of publicity and inheritance of tourism culture. In view of the existing problems, Henan part of local brand as an example, it proposed the proposal to make Henan tourism culture into local brand packaging design.

**Key words:** local brand; packaging design; Henan; tourism culture

随着近年来的努力,河南经济获得了较快发展,这也带动了河南旅游文化的繁荣,但从全国来看,河南旅游文化的发展依然比较落后。与沿海省市相比,河南旅游文化存在着较大的差距;与邻近的山东、山西等地相比,河南旅游文化也落后于这些地方。经过研究发现,河南旅游文化的宣传工作虽然做得比较到位,很多市县都能够竭尽所能推广旅游文化,而地方品牌的包装设计则未能对旅游文化的传承和发展发挥应用的宣传作用,影响了河南旅游文化的进一步发展<sup>[1]</sup>。而经过文献研究发现,很多研究者对旅游产品的包装设计比较重视,相关该方面的研究较为充沛,对地方特产的包装设计进行研究的研究者也不在少数,但对将旅游文化与地方品牌包装设计结合起来

进行研究的文献则很少。因此,对河南品牌的包装设计进行审视,探讨将河南旅游文化融入品牌包装设计的途径。

### 1 地方品牌包装设计与河南旅游文化

#### 1.1 地方品牌与旅游文化的关系

地方品牌和旅游文化的发展是一衣带水的,这两者相互影响,互为作用。从实际来看,旅游文化的发展,可以加深旅客对地方品牌的了解,巩固地方品牌的形象;通过地方品牌包装中的旅游文化展示,也可以将旅游文化的形象加以推广。因此,地方品牌的发展离不开旅游文化,旅游文化的发展同样需要获取地

收稿日期: 2013-03-01

作者简介: 王雪艳(1979—),女,河南人,硕士,安阳工学院讲师,主要从事视觉传达设计、包装设计的教学与研究。

方品牌包装设计的推广支持。

## 1.2 河南旅游文化与地方品牌包装设计

旅游文化是围绕着旅游文化资源产生的旅游活动和旅游关系的总称<sup>[9]</sup>。对于河南来说,在旅游文化产品的推广过程中,形成了较为有名的旅游文化品牌,如洛阳龙门石窟、安阳殷墟、焦作云台山、登封少林寺、开封清明上河园、郑州黄河游览区等全国著名的游览胜地,吸引大批游客到河南境内游玩,一方面带动了旅游文化的发展,另一方面则通过购物对河南的地方品牌形成印象,提高了河南地方品牌的知名度。

通过地方品牌的包装设计,可以成功将地河南旅游文化的特色展示给更多的游客,扩大河南旅游文化的影响度,使旅游文化借助品牌包装设计让更多的人了解,从而提升河南旅游文化的形象,吸引更多的人购买河南旅游文化产品。例如,开封花生糕的包装设计将开封清明上河图作为包装设计,宣扬了开封的旅游文化;少林寺的酥饼则采用少林寺的寺塔作为包装设计,既可以利用原景进行包装设计创作,也极大地扩大了少林寺旅游文化的影响度。

## 2 地方品牌包装设计对河南旅游文化应用存在的问题

由于全球经济的一体化发展,地方品牌要想具有更强的竞争力,必须具有相应的文化价值,形成自身的文化特色,才能够被世界各国的消费者所认可<sup>[9]</sup>。由于对自身的文化传承作用不够了解,很多设计者在进行地方品牌包装设计时,完全将河南旅游文化与地方品牌的包装设计割裂开来,造成地方品牌包装设计与旅游文化脱节;而有部分设计者则虽然对旅游文化的应用有所认识,但只是简单地将自身所知悉的一小部分旅游文化知识,应用于地方品牌的包装设计中,往往造成地方品牌包装设计对旅游文化的应用力度不够,难以真正发挥品牌包装对旅游文化的推广作用。

### 2.1 地方品牌包装设计与河南旅游文化宣传的脱节

从当前河南省的主要地方品牌来看,其包装设计涉及河南旅游文化内容的比较少,很多品牌产品通常都是以影视媒体上较为活跃的演员为主题进行包装设计的,以旅游资源背景作为包装设计原型的包装设计非常少见。例如三全和思念冷冻食品品牌都是以影视明星照来进行品牌包装设计的。思念速冻食品

的包装设计上成龙的身影,三全速冻食品包装设计则是蒋雯丽的照片。而像河南宇通客车、双汇食品、隆庆祥服饰等的包装设计也完全缺失对河南旅游文化元素的运用,错失了很多推广河南旅游文化的机会。

### 2.2 地方品牌包装设计中旅游文化的部分缺失

在地方品牌包装设计中,部分设计师感受到了旅游文化对包装设计的重要性,期望借助地方品牌的包装设计对河南旅游文化进行传承,但由于自身对河南旅游文化的认识不够全面,对文化产品与旅游文化之间的界定缺乏明晰的认识,导致旅游文化在地方品牌包装设计上虽然有所表现,却难以展示旅游文化的全貌,导致旅游文化在地方包装设计中存在相应的缺失。例如,杜康酒的包装设计通常都是以刘伶为主题,展现了伊川酒旅游文化的魅力;或者以国花牡丹为主题对杜康酒与洛阳旅游文化的渊源进行揭示,却缺乏对洛阳汝州汝瓷、禹州钧瓷等与之关系密切的旅游文化的关联,导致地方品牌设计中旅游文化元素的表现不是很充分。

## 3 将旅游文化融入地方品牌包装设计的途径

河南位于中原地带,是华夏民族的发源地之一,这为河南创造了非常丰富的旅游文化资源。新郑的轩辕黄帝故址,三大古都安阳、洛阳、开封都有诸多的旅游文化古迹,历史名城郑州、商丘等旅游文化异彩纷呈;旅游文化节也各有不同:黄帝故里、淮阳伏羲的祭拜大典、洛阳牡丹花会、少林武术大会、禹州钧瓷文化节、信阳茶叶节等;众多的旅游文化资源为河南地方品牌的包装设计提供了较为充足的设计素材。借助地方品牌的影响力,把与品牌产地有渊源的旅游文化巧妙地融入包装设计中,能使消费者对品牌和旅游文化产生由此及彼的联想<sup>[9]</sup>。借助包装设计的选材、造型、图形、色彩等设计,构建起地方品牌包装设计与旅游文化的整体表现力<sup>[9]</sup>,从而达到相互推广的作用。

### 3.1 旅游文化在品牌包装造型设计中的应用

在河南诸多旅游产品中不乏名山大川,例如中岳嵩山是我国四大名山之一,也是著名的道教圣地,其山势险峻,风景秀丽,引人入胜,从中可以汲取不少极有利用价值的设计思路,既可以创造出品牌包装精品,也可以展现出河南旅游文化产品的特色,举一设计之力而得宣传推广地方品牌和旅游文化二者之效

果。河南旅游文化中的殷墟出土文物、古代宫殿、龙门石窟等旅游文化产品中,也不乏包装设计者进行造型创作的源泉。例如,可以采取实地取景的方式,选取与品牌特性比较吻合的景色,应用于品牌包装造型设计中,可以以自然之鬼斧神工展现出品牌设计的独特魅力,见图1。



图1 嵩山少林寺山门

Fig.1 Songshan Shaolin Temple gate

如图1的造型,可以将其作为地方品牌包装袋造型,如隆庆祥服饰的手提袋造型设计,采用同色系展现出隆庆祥服饰的大气与做工精细,既可以体现出该服饰的文化内涵,也可以凸显出河南旅游文化的魅力所在。而洛阳民生制药则可以借助汝州汝瓷的造型,对药瓶进行造型设计或者外包装造型设计,借助药品易于传播的特点,将汝瓷旅游文化传播到全国各地,提高汝瓷的知名度,增强民生制药企业文化的厚重感。

### 3.2 旅游文化在品牌包装图形设计中的应用

旅游文化中,由于各种具象的图形都可能存在,这就为设计者提供了取之不尽的图形设计方案,丰富了现代图形设计的内容<sup>[6]</sup>。从旅游文化中汲取图形设计,不仅可以满足消费者日益复杂的个性化需求,还可以避免与其他图形设计重复,更容易制作出比较独特的图形设计精品<sup>[7]</sup>。因此,在地方品牌包装的图形设计中,可以从旅游文化的自然图形中选取较有个性或怪诞的图形,来增加包装设计的个性,使包装设计散发出不同凡响的魅力,从而满足人们对图形多元化的需求,避免地方品牌包装图形设计的同质化现象,塑造出河南地方品牌包装设计的特色。例如嵩山的书册石头叠成山峦图形,少林寺的飞檐图形、中岳庙图形、少林寺塔图形、观星台图形,都能够作为地方品牌包装设计的原型进行处理,从而得出富有个性化的图形设计精品来,见图2。



图2 嵩山书册山和少林寺

Fig.2 Songshan book mountain and Shaolin Temple

在地方品牌包装的图形设计中,可以通过一种品牌的多重包装设计,凸显出河南不同的旅游文化风格,对河南旅游文化进行宣传。例如对少林酥饼进行图形包装设计时,可以采用自然的书册石色彩,制作酥饼的小包装,将书册石作为包装图形,彰显食品的自然与原汁原味;中型包装则采用少林寺为图形设计原型,宣示产品的出处;大的外包装可以采用少林寺弟子练功的图形,展示出少林寺的独特与精神风貌;借助以上图形设计,可以对少林寺形成较为全面的宣传,从而发挥地方品牌包装设计对旅游文化的推广作用。

### 3.3 在地方品牌包装色彩设计中融入旅游文化

在色彩选择上,从旅游文化中取材,色彩会比较丰富,可以用不同的色彩展现地方品牌的形象,使人们对地方品牌形成较为深刻的印象。例如,杜康酒瓶的色彩设计可以取材于钧瓷的色彩,也可以取自汝瓷的色彩;瓶子的色彩既可以如庐崖瀑布之水的清亮,也可以如嵩岳寺塔的华贵金黄。不同的色彩有不同的视觉感染力,不同的色彩有不同的品牌表现效果<sup>[8]</sup>。

杜康酒瓶色彩设计中采用了庐崖瀑布的水色,见图3,可以对酒品一览无余,使人们对杜康酒的水质产生信任;借助寺塔对杜康酒瓶进行造型和色彩设计,在汝瓷的喜庆色彩基调上采用金黄色瓶塞和瓶身分割设计来提升杜康高档酒的品味,渲染杜康酒的品牌形象,并由此让人们联想到嵩岳寺塔,加深对旅游文化产品的印象,起到利用地方品牌包装设计宣传旅游文化的效果。瓶身下部分的喜庆红色国花牡丹,利用国花牡丹凸显杜康的产地,并借机对洛阳牡丹旅游产品进行宣传。而像三全、思念品牌包装设计,则可以借助透明的包装设计,采用水质一样的色彩将黄河、清明上河图、国花牡丹等图形印制在包装上,将地方品牌与旅游文化之间一衣带水的关系表现出来,使地方品牌包装设计在大范围内对旅游文化进行推广,

也使地方品牌本身能够借助旅游文化的搭台,提升自身的文化意蕴,扩大自身的品牌影响力。



图3 杜康酒酒瓶的色彩设计

Fig.3 Color design of Dukang wine bottle

此外,对于包装设计者来说,既要在地方品牌包装设计中合理应用旅游文化元素,又要使包装设计与品牌本身的特定文化理念相符,这就要求设计者要不断加强自身的旅游文化知识修养,强调旅游文化与地方品牌包装设计的自然和谐,追求品牌与旅游文化的浑然一体。成功的包装设计既要能够满足人们的审美需求,也要具有较强的实用价值,还要同时凸显出相应的旅游文化诉求,这对设计者来说是一大挑战,需要设计者花费大量精力对各种元素进行巧妙地处理。

#### 4 结语

总的来说,在河南地方品牌包装设计中,不仅要善于利用包装设计对品牌本身进行宣传推广,还要善于利用包装设计,对河南的旅游文化进行推广宣传,扩大河南旅游文化的知名度,从而带动河南地方品牌与旅游文化共同发展。在地方品牌包装设计中,要巧妙地将旅游文化融入到品牌包装设计中,借助河南旅游文化,通过地方品牌的造型、图形、色彩等设计,展示出河南地方品牌的地域特色,并借助旅游文化的知名度,提升品牌包装设计的文化韵味,提升品牌包装设计的整体视觉冲击力与艺术感染力。同时,提升地方品牌的整体形象,扩大旅游文化和地方品牌在全国的影响力,为河南经济的进一步繁荣提供支持。

#### 参考文献:

- [1] 李一.民族特色在包装设计中的创新体现[J].包装工程, 2008, 29(9): 186—188.  
LI Yi. Creative Manifestation of National Characteristics in Packaging Design[J]. Packaging Engineering, 2008, 29(9): 186—188.
- [2] 王锐.民族地域文化对现代包装设计的影响[J].民族艺术研究, 2010, 23(3): 103—107.  
WANG Rui. Effects of Regional Culture on Modern Packaging Design[J]. Studies in National Art, 2010, 23(3): 103—107.
- [3] 黄静.旅游纪念品包装设计的分类定位及设计元素的发掘[J].包装工程, 2009, 30(9): 252—254.  
HUANG Jing. Classified Positioning and Design Elements Exploration of Souvenir Packaging Design[J]. Packaging Engineering, 2009, 30(9): 252—254.
- [4] 张海林.对旅游纪念品包装再设计的探讨[J].包装工程, 2011, 32(20): 335—337.  
ZHANG Hai-lin. Discussion on the Redesign of Tourist Souvenirs Packaging[J]. Packaging Engineering, 2011, 32(20): 335—337.
- [5] 马东跃.地域文化与旅游纪念品开发探析[J].企业活力, 2012, 9(9): 89—91.  
MA Dong-yue. Study on Regional Culture and Development of Tourist Souvenirs[J]. Enterprise Vitality, 2012, 9(9): 89—91.
- [6] 黄静,黎彦希.包装设计中意境的营造[J].包装工程, 2010, 31(20): 120—122.  
HUANG Jing, LI Yan-xi. Creation of Artistic Conception in Packaging Design[J]. Packaging Engineering, 2010, 31(20): 120—122.
- [7] 朱媛,刘丽菁,吴越.浅谈旅游纪念品包装设计的文化定位[J].商场现代化, 2009(7): 205—206.  
ZHU Yuan, LIU Li-jing, WU Yue. Discussion on Tourism Souvenirs Packaging Design and Cultural Orientation[J]. Modernization of Shopping Malls, 2009(7): 205—206.
- [8] 彭雅莉.基于地域文化的湛江旅游产品包装设计[J].包装世界, 2012(4): 88—89.  
PENG Ya-li. Zhanjiang Tourism Product Packaging Design Based on Regional Culture[J]. Packaging World, 2012(4): 88—89.